

THESEN zum workshop: Zukünftige Aufgaben zum Design

Paul Jung

1. Bezugnehmend auf seine historische Entwicklung, gesellschaftliche Dialektik, seine sozial-ökonomische und wirtschaftlich-kulturelle Funktion hat sich das industrielle Design als Produktions- und Aneignungsprozeß in seinen gesellschaftlichen, kollektiven und individuellen, professionellen und interdisziplinären Bedingungen und in der Spezifik seiner Gegenstandsaspekte als selbständiges Schaffensgebiet entwickelt.

Das geschieht unter Bezugnahme auf die Gesellschaftsstrategie und die ökonomische Strategie, welche die effektivere Gestaltung des gesamten Reproduktionsprozesses als Grundlage der weiteren Entwicklung des Sozialismus in der DDR formulieren.

2. Der Designprozeß, das Design sind auf den gesamten Reproduktionsprozeß gerichtet. Sie umschließen die Erscheinungen gegenständlich-räumlicher Gestaltung vorindustrieller Produktionsweisen bis zu den Phänomenen der industriellen ästhetischen Kultur der Gegenwart in den Bereichen von Produktion, Zirkulation, Distribution und Konsumtion und

die Auseinandersetzung zwischen bürgerlichen und marxistisch-leninistischen Konzeptionen industrieller Formgestaltung.

3. Die Vielfalt der Werte nimmt heute zu. Um so wichtiger, daß wir uns verständigen, was wir wollen und was nicht. Es erfordert im Design eine konsequentere Anwendung der monothematischen Orientierung auf Rationalisierung von Abläufen und eine Zuwendung zu der ganzen Reichhaltigkeit der geistigen und körperlichen Aspekte menschlichen Handelns, die von der designten Umwelt aktiviert werden kann.
4. Zu klassischen Anforderungen an das Design kommen neue Anforderungen hinzu, die das künftige Design immer nachhaltiger beeinflussen. Es sind: Ökologie, Ressourcen, internationale Kooperation, flexible automatisierte Fertigung, Schlüsseltechnologien, Verarbeitungs- und Finish-Technologien, Medienwirkung.
5. Das industrielle Design darf nicht nur erzeugnis- oder produktbezogen betrieben werden. Produktgestaltung und Um-

weltgestaltung sind in ihrer komplementären Funktion zu lenken und zu entwickeln. Anwender- bzw. nutzerorientiertes Design ist Grundlage und Ziel qualitativer Innovation zur Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse. Sie sind zugleich Ausgangspunkt langfristiger Produktionsstrategien. Dieses erfordert tiefgreifende Analysen der dynamischen Prozesse und Strukturen der Lebensweise in den Bevölkerungsgruppen der DDR.

6. Die Entwicklung des Designs bedarf der zielgerichteten Grundlagenforschung als spezifiziertes professionelles Tätigkeitsfeld industriellen Designs aus der Gesamtheit der Bereiche und Prozesse in der gesellschaftlichen Reproduktion.
7. Durch zielgerichtete Designvorlauftforschung ist ein potentieller Ideenüberschuß zu schaffen mit mehreren Lösungsvarianten der Produkt- und Umweltgestaltung, deren volkswirtschaftlich effektivste Variante produktionswirksam umgesetzt werden kann. Versuchs- und Testserien sind zur Entwicklung einer lebendigen Produktkultur zu produzieren und bei der Entscheidungsfindung für die serielle Großproduktion zu nutzen.
Designvorlauf wird aber nur produktiv, wenn interdisziplinäre Teamarbeit nach einem strategischen Konzept erfolgt.
8. Die notwendige Teamarbeit zur Entwicklung sich differenzierender kultureller Bedürfnisstrukturen in der Gestaltung einer sozialistischen Lebensweise erfordert in Verbindung mit der Produktion in automatisierten Fertigungszentren die Einsatzvorbereitung und Anwendung der rechnergestützten Designfähigkeit. Der dazu notwendige Vorlauf muß in den wissenschaftlichen Einrichtungen und Ausbildungsstätten beschleunigt werden.
9. In der Perspektive muß Design als gesamtgesellschaftliche Aufgabe und als übergreifendes Schaffensgebiet stärker in das gesellschaftliche Bewußtsein gebracht werden. Um kritisches Bewußtsein und sachliches Problemverständnis in bezug auf Design in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit zu entwickeln, ist die Gesamtheit der Massenmedien herauszufordern. Nur ein breiter Dialog über Designfragen im Sinne von „Corporate Identity“ kann auch ein engagiertes Publikum schaffen.
10. Aus der Sicht der staatlichen Designpolitik und Designstrategie sind in der Planung und durch die staatlichen Kontrollen die vorhandenen „Isolierschwellen“ zu überwinden, sowohl im Bereich der Produktion, zwischen den verschiedenen Industriezweigen und der Industrie im Ganzen, als auch im Bereich der Projektierenden und Gestaltenden. Nötig ist eine der Architektur, Formgestaltung und Kunst gemeinsame Entwicklungsstrategie für die Ordnung in dieser Umwelt. Nur mit deren Hilfe verwirklichen sich in der räumlich-gegenständlichen Umwelt Arten menschlicher Lebenstätigkeit von hoher Qualität.
11. Die komplexe Formierung der baulich-räumlichen und gegenständlichen Umwelt, der Inneneinrichtungen von Gesellschafts- und Industriebauten und der Wohnungseinrichtungen sind prinzipiell unterschiedlich. Profunde Kenntnisse der Geistes-, Gesellschafts- und Naturwissenschaften sowie der Planungs- und Leitungstätigkeit sind Voraussetzung für die weitere Entwicklung der Designprozesse.
Die Auswahl und Ausbildung befähigter Kader für das Designmanagement ist notwendig.

workshop-Bericht

1. Stand und Entwicklung des Designs unter Bezugnahme auf gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturelle Aspekte. Gegenwärtig wird das Design durch Produktleistung repräsentiert. Es ist unbefriedigend, daß komplexe Aufgabenstellungen nur punktuell zur Lösung geführt werden. Wichtiges Hemmnis ist die fehlende kooperative Zusammenarbeit zwischen Kombinat, um ein finalisierendes Produkt zur Qualität zu führen.

2. Wichtige Aspekte der Ökologie und des Designs wurden beraten und diskutiert. Es ist festzustellen, daß für den Designer diese Aufgabenstellung permanent gesellschaftlich im gesellschaftlichen Interesse und als Fachspezialist zu lösen ist. Es ist darauf zu achten, daß besonders für uns in unserer gesellschaftlichen Entwicklung Langlebigkeit der Produkte, sparsamer Einsatz von Energie und Werkstoff die Basis und die Komponente sind, um ökologische Prozesse positiv zu beeinflussen.

3. Erkundungsforschung zum Design.

Gegenwärtig müssen wir feststellen, daß auf dem Gebiet der Erkundungsforschung zu wenig personelle Kapazitäten auf Schwerpunkte konzentriert sind. Das betrifft besonders die Lösung der Aufgaben im Bereich der materiellen Produktion. Staatliche Regelungssysteme haben nicht ausgereicht. Es wird hier besonders an die interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Designern und Architekten appelliert. Wir müssen feststellen, daß die Aussagen der Humanwissenschaftler als Vorleistung und als Bestandteil gestalterischer Prozesse, der Gestaltung von Lebensvorgängen nicht konstruktiv zielgerichtet orientiert erarbeitet werden. Es ist zu erwarten und zu fordern, daß diese Beziehungen zu produktiv-schöpferischen Verhältnissen gestaltet werden.

4. Kulturelle, ästhetische Bildung zur Entwicklung ethischer Haltungen.

Es ist festzustellen, daß besonders in der beruflichen Ausbildung qualitative Normen zur Qualität der Haltung der Menschen in unserer unmittelbaren produktiven Tätigkeit nicht genügend trainiert werden, nicht nur theoretisch Vorlesungen im Sinne der Bildung gehalten werden können, sondern daß gerade das Design bzw. die kulturelle Aktivität auch antrainiert werden müssen, um auf dieser Grundlage Haltungen zu erzeugen. Entwicklung eines sachlichen Problemverständnisses zur Alltagskultur durch eine hohe aktive Medienpolitik: Wir stellen fest, daß die Bemühungen auf dem Gebiet der Medienpolitik zur sachkundigen Entwicklung eines genußfähigen Publikums nicht ausreichen. Es besteht eine Abstinenz der Massenmedien. Wir erwarten, daß mit Unterstützung der staatlichen Organe diese Haltung der Medien sich verändert. Hohe entwickelte produktive Fertigungstechnologien als Basis einer anwender- und nutzerorientierten Designarbeit prägen sich aus. Wir glauben, daß es notwendig ist, auf diesem Gebiet größere Anstrengungen zu unternehmen, um die Vorlaufarbeit insbesondere zur komplexen Umweltgestaltung im städtebaulichen Raum zu gestalten, was uns viel Arbeit im unmittelbaren Vorlesungssaal erspart, denn Erlebniswerte prägen kulturelle Haltungen. Präsentation der Betriebe durch corporate identity: Es ist festzustellen, daß diese Zielstellung von unseren Kombinat und Betrieben kaum in dieser Komplexität unter dem Aspekt corporate identity wahrgenommen wird. Zu geläufig ist die Erkenntnis, daß Produktdesign und Kommunikationsdesign getrennt bearbeitet werden. Wir halten es in der weiteren Perspektive für nicht möglich und sehen besonders die Verantwortung darin, daß verantwortliche Leitungskräfte Prozesse planen und organisieren können. Gegenwärtig ist diese Haltung in den Betrieben nicht entwickelt.